

啤酒淡季跑马圈地争版图

在啤酒界,新近关注的热点无疑是雪花和青岛这两大全国性品牌共同饮下了杭州“西湖”啤酒。实际上,近期发生的后场跑马圈地并不止“西湖”这一个并购案。12月初,嘉士伯获商务部批准购得重啤12.25%的股份;11月末,雪花啤酒方面宣布在河南再投3.2亿元提高产能;更稍微早些时候,燕京啤酒并购了河南月山啤酒90%的股权。这些举动把国内几大啤酒巨头在产能和规模方面的较量推上了白热化的进程。

英雄所见总略同

与白酒生产受特殊环境条件限制所不同,啤酒的生产通常采用“就地”的原则。因此,啤酒品牌若想要在某一区域或市场上落地生根,最常用的手法有二:一是自己办厂,二是并购当地的啤酒品牌和资源。从资源优化配置的角度来说,后者无疑更胜一筹。

统计数据表明,浙江市场啤酒容量接近300万升,在全国各省市中排列第三,这样的“啤酒

大省”自然是啤酒厂商的必争之地。而西湖啤酒作为杭州的知名啤酒品牌,已经有50年的历史,并积累了一批优秀的生产、技术、销售等方面的人才。2010年,西湖啤酒预计产能30万升。此外,西湖啤酒曾一度在杭州市场占有率有70%以上的高份额。虽然目前它的市场份额有所减少,但在浙江人民心目中的地位仍然很高。

于生产技术、于产量、于知名度来说,西湖啤酒成为雪花和青岛这两个全国性啤酒品牌竞争浙江市场的目标一点也不足为奇。此案也正说明,啤酒大企业在此前以并购、自建的方式完成全国性布局之后,已经展开对重点区域市场的新一轮梳理,收购相对优质的地方中小品牌就是选择之一。

国内并购风生水起

今年内地啤酒市场收购消息接二连三地出现。除了雪花与青岛在华东地区最终共同参股杭州西湖啤酒之外,在西部地区还有商务部近日批准嘉士伯买入重庆啤酒12.25%的股份。交易完成后,嘉士伯香港与嘉士伯

重庆有限公司将合计持有重庆啤酒约30%的股权,成为重庆啤酒最大的股东。

而华润创业首席财务官汝维12月7日对外表示,明年将继续寻求并购啤酒厂商的机会。内地的啤酒市场的马太效应愈来愈明显。来自江苏天目湖啤酒公司的负责人说:“今后中国啤酒业的发展将最终呈现出像美国那样的几大品牌垄断的局面,而不是如同德国那样拥有很多的品牌。”

事实上,“寡头市场”正在逐步变成现实:十年前,中国啤酒行业有1000多家企业,到目前只剩下约250家啤酒厂。前十大啤酒企业的产量集中度已经达到70%。特别是雪花啤酒,在收购了西湖啤酒45%股权之后,其年产量将达到1400万吨,遥遥领先于其它品牌。除了雪花和青岛这两个全国性品牌之外,以燕京、重啤、哈啤和珠啤为首的四大区域性品牌也已成鼎立格局。不断地兼并、合并其它中小企业,扩大自身产能和规模既是这些强势品牌先前成就自我的经验,也是它们继续保持行业地位和提升市场占有率的硬性法则。

江苏市场竞争同样惨烈

啤酒行业竞争的激烈程度是其它酒类行业所不能比拟的。这种竞争既有品牌塑造、产品定位、兼并产能等方面的,也有终端销售的肉搏。就整个江苏市场而言,尽管目前还没有出现哪一家独大的垄断性啤酒企业,不管是在小饭馆,还是高档餐厅和酒店,都可以买到不同品牌的啤酒。但是业内人士还是表示,压力也很大,而且江苏市场在未来也极有可能上演洗牌重组的重头戏。目前,雪花啤酒已经在江苏市场上表现出领跑的趋势。

“我们的压力主要来自成本。由于竞争,啤酒一直不敢轻言涨价,而现在CPI这么高,所有的啤酒实际上相当于在变相降价;为了给品牌树形象,宣传的投入又占去了营销投入的很高比例;现在啤酒企业都奉行深度分销的模式,也需要很大的成本支出。即厂家用于维护从一级经销商至终端经销商这一整条销售链条的费用。”天目湖的负责人如此坦言道。

见习记者 笕颖

常食坚果调和油 健康活力再升级

在日常烹饪中,健康用油已经越来越受到大众关注。而以坚果为主要原料提取的食用油,正在成为一种油品新贵。坚果食品能够带给人类活力健康,这是获得各国民众肯定的。在《时代》杂志评出的十大健康食品中,坚果名列第三;世界卫生组织将坚果归为最佳健脑食品;美国食品药品监督管理局(FDA)将坚果誉为缓解精神压力的佳品。尤其是花生、核桃、葡萄籽这三大健脑益智类坚果,更是被全球多个国家高度认可。

坚果食品在中国同样受到消费者的喜爱,尤其是经过科学调配的坚果调和油,更是受到了消费者的热烈追捧。以花生、核桃、葡萄籽作为主要原料精心调制的坚果调和油,被营养学家冠以“活力金三角”的美誉。合理地摄入坚果,不但可以预防老一代人

可能出现的记忆力衰退及心脑血管疾病的发生,还可以为在外忙碌的年轻一代提供持久充沛的身体与大脑活力,更能够帮助儿童的成长及智力发育。坚果调和油能够同时满足一家三代人所需的营养,深受消费者的青睐。

根据人体所需营养,选用花生油、核桃油、葡萄籽油、山茶籽油、葵花仁油、大豆油,通过科学的营养配比精心调制的坚果调和油,最大程度地保留了多种坚果的营养。可以说,坚果调和油将多种坚果营养融入百姓餐桌的同时,也引领了健康活力的再升级。

(沙辰)



漫画 俞晓翔

温故而知新——2010雪花啤酒第二届中国古建筑摄影大赛在京举行颁奖典礼

2010年12月14日下午,“温故而知新——2010雪花啤酒第二届中国古建筑摄影大赛”颁奖典礼在京隆重举行。至此,历时三个月的摄影大赛取得圆满成功。颁奖典礼上,大赛的主办单位华润雪花啤酒(中国)有限公司与清华大学建筑学院,众多国内知名摄影家及建筑学教授,连同受邀的摄影爱好者、新闻媒体等共聚一堂,切磋摄影技巧,交流参赛感悟。

大赛从今年8月初开始,到10月底结束,受到了全国各地摄影爱好者、大学生朋友们的广泛关注与热烈响应,共收到参赛作品七万余幅,其中通过网络注册参与活动的有五万余人,共上传作品近六万幅;传统作品邮递收集共一万余幅。大赛参与者遍布全国各省市地区,还吸引了不少定居海外的华人华侨参与。

本届大赛是华润雪花啤酒公司在中国举办的第二届中国古建筑摄影大赛,拍摄的对象为“中国乡土民居”,主要是带有历史信息和地方特色、各地人民长期安居息的老住宅及其所处环境。大赛评委分别由清华大学建筑学院的教授、专业摄影家组成,从建筑学和摄影学两个角度综合评定。大赛为参赛者提供了光影类、纪实类、创意类、人文类、印象类共5个创作角度进行古建筑的拍摄,并于每月通过专家评选出月度入围作品,最终,在月度入围的作品中,各评委

通过严谨的评审,选出大赛前三等奖及特等奖。除此以外,大赛组委会对所有注册的选手进行了月度参与奖的抽取,并设立了网络人气奖。本次大赛除面向全国范围的摄影爱好者征集稿件外,还按照《中国民居五书》中提到的民居分布特点在北京、西安、乌镇、杭州、重庆等八座城市组织了十场外拍活动,让参赛者亲身体验中国民居的魅力及民风民俗的文化乐趣。

颁奖典礼上,经过摄影及古建筑专家评选出的获奖作名单一一揭晓,其中特等奖获得者为周冰,作品为《老屋组照》,吴少平等三十名参赛者分别获得一、二、三等奖。中国古建筑系列丛书之《中国民居五书》编写组的学者们及摄影界专家就获奖作品进行了综合点评。

华润雪花啤酒(中国)有限公司表示希望通过摄影大赛的举办记录历史、展示文化,为广大古建筑和摄影爱好者提供了一个良好的交流平台,鼓励参赛者对中国乡土民居的现状和保护情况做出真切详实的记录和反映,使中国古建筑文化得到更好的普及与传承。

据悉,2011年第三届古建筑摄影大赛及丛书的出版将以“中国古代建筑装饰”为主题,拍摄范围与对象将继续面向全国,希望有更多的摄影爱好者、建筑爱好者及广大的大学生朋友积极参与进来,并持续关注雪花中国古建筑摄影大赛官网www.archfans.com。



江苏区域最佳参与奖名单

姓名	联系方式	姓名	联系方式
张瑜宁	139****7560	刘利	139****1260
黄瑞	158****1929	潘建利	138****9106
胡志林	130****1007	刘顺	136****2849
刘真超	159****8578	魏小军	137****6917
雷斌	138****5025	陈洪	138****8632
袁建	139****0089	许宇晓	150****3218
吴天扬	135****2858	方宗祥	138****7858
钱春雷	139****2460	杨耀华	138****6538
周天雷	139****3612	缪克强	130****0308
姜清	0512****2706	顾明芬	134****2705
杜平	131****5902	顾明航	138****6028
张佑国	189****2088	章娟华	131****6597
曾倩	158****5560	吴志忠	139****7100
曹辰辰	158****7756	贺敬华	138****1917
滕天祥	133****3906	葛晓雷	139****7775
赵杰	136****1950	孟平	136****4840
周建雄	132****5251	郑健	139****7769
陈旺华	133****5871	张姗姗	151****1553
郭嘉	159****0650	吴波	135****7339
沈康	138****3101	颜吴伟	138****1049
王轶	139****6320	姜明灯	137****7798
徐良	150****0858	顾畅	156****0390
虞先民	138****0905	朱卫军	189****6427
牛华新	138****4483	张元奇	133****2899
汤林生	137****0275	沈昊	139****6782
陈惊涛	189****0897	张启华	138****6868

在2010雪花啤酒第二届中国古建筑摄影大赛中,作为华润雪花全国重点销售区域之一,华润雪花(江苏)有限公司还额外评选出了52名江苏区域最佳参与奖(具体名单见上表),获奖者每人将获得价值500元的精美纪念品一份。此奖项的评选依据是每位江苏参赛者所投递及上传的作品数量。详细垂询电话:025-68126727。

茅台又卖断了! 价格也涨了!

近日,记者在市场上走访时发现,53度飞天茅台又卖断了!每逢一些重要的节点,此款酒品出现缺货已经不算是什么大新闻了,但是眼下包括一些企业发展规模较大的经销商手上也没有存货。而与此同时,在部分商超中则出现了永福酱酒的身影,业界千呼万唤的永福酱酒终于面世,但有销售商则表示“卖得并不好。”

一般情况下,诸如金润发、家乐福等超市中,53度的飞天茅台基本都处于长期缺货的状态,沃尔玛店则会在几个重要的节点上出现缺货,像中央商场这样的卖场和苏糖这样的大型经销商则较少会出现这样的情况。但是,记者在近期的市场观察中发现,上述的这些地方,均没有53度飞天茅台的现货。只有中央商场还存有少量的2斤装现货,标价2580元。

“这一两天有很多消费者都来买这款酒,但是我们超市的最后一瓶在前一段时间就卖出去了。不太清楚什么时候能再有货。”沃尔玛超市的酒水促销员解释说。

“这很正常啊!茅台酱香酒的产量本来就少,再加上厂方因量少而实行的控货发售办法,就算大经销商手上出现断货也是很正常的现象。”当记者发出“国庆节的时候也没有出现过阶段这样的‘全线’断货现象”的质疑时,一位从事酒水销售的业内人士如此说道,“当然,也不排除一些经销商在囤货,因为到了年底,这款酒的价格肯定还是



要涨的嘛。”
从今年7月中下旬,一些高端酒品就在不断涨价。特别是以53度飞天茅台为首,从原来的不足800元,一下子逼近900元,到了国庆节的时候,就已经升至1024元,如今已达到均价1180元左右!

与此同时,52度五粮液的价格较之国庆节时候的售价虽然没有太大的变化,但是它的永福酱酒终于与消费者们见面了。

永福酱酒的售价略高于53度飞天茅台一点点。也可以说二者差不多持平,以沃尔玛的报价为例,永福酱酒的标价是1188元,而53度飞天茅台在之前有货时的标价为1168元。

“但是永福酱酒目前卖得并不好。很多人来询问飞天茅台,但是很少人问永福酱酒。这可能是因为它刚上市多长时间的原因吧,也可能是因为五粮液的品牌支撑,具体市场接受度怎么样,还要再等一段时间看看。”

见习记者 笕颖